

# Städtetourismus in Heidelberg

## Ergebnisbericht zur Gästebefragung 2006/07

von Tim Freytag

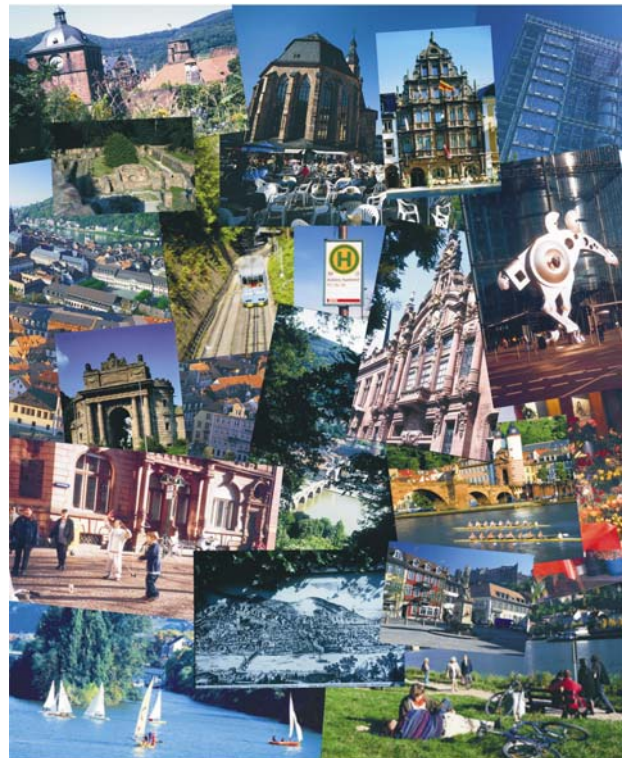
Heidelberg verbuchte im Jahr 2006 ein neues Rekordergebnis von **952.406 Übernachtungen** in den ortsansässigen Hotelbetrieben. Hinzu kommen zahlreiche Übernachtungsgäste, die in Pensionen und anderen kleineren Beherbergungsbetrieben oder privat bei Freunden oder Bekannten untergebracht sind. Die Zahl der Tagesgäste beläuft sich groben Schätzungen zufolge auf jährlich zwei bis drei Millionen.

Im bundesweiten Vergleich der Übernachtungszahlen rangiert Heidelberg zwar deutlich hinter den Spitzenreitern Berlin, München und Hamburg. Jedoch gibt es wohl kaum eine deutsche Großstadt mit mehr als 100.000 Einwohnern, die ähnlich **stark durch den Tourismus geprägt** ist wie Heidelberg. Die Universitätsstadt verzeichnet jährlich etwa sieben touristische Übernachtungen je Einwohner. Räumlich konzentrieren sich die touristischen Nutzungen auf den Bereich der Kernaltstadt zwischen dem Schloss, der Alten Brücke und der Alten Universität.

Charakteristisch für den Heidelberger Tourismus ist ein mit mehr als 43 Prozent ausgesprochen hoher Anteil ausländischer Übernachtungsgäste, bei denen es sich vorwiegend um **US-Amerikaner, Briten und Japaner** handelt. Im Hinblick auf die japanischen Gäste ist ein anhaltender Trend zum Tagestourismus zu beobachten, der sich in rückläufigen Übernachtungszahlen manifestiert. Mit rund 39.000 jährlichen Übernachtungen stellen die japanischen Besucher inzwischen nur noch knapp die Hälfte aller Übernachtungen asiatischer Gäste in Heidelberg. Die durchschnittliche Verweildauer aller beherbergten Gäste hat sich mit 1,8 Nächten gegenüber den Vorjahren geringfügig ausgedehnt.

### Heidelberger Gästebefragung

Um ein differenziertes Bild der Heidelberger Besucher zu gewinnen und langfristige Veränderungen des Tourismusstandorts möglichst exakt zu erfassen, wurde am Geographischen Institut der Universität Heidelberg eine mehrjährige Gästebefragung im Auftrag der Heidelberger Kongress und Tourismus GmbH (HKT) durchgeführt. Der vorliegende Bericht dokumentiert die Ergebnisse für den Erhebungszeitraum vom August 2006 bis Juli 2007 in einer zusammenfassenden Darstellung.



Während des Erhebungszeitraums 2006/07 wurden mehr als 1500 Gäste aller Altersgruppen über deren Aktivitäten, Interessen und Einschätzungen der Stadt befragt. Die etwa 15-minütigen Interviews wurden in deutscher, englischer, japanischer, chinesischer, italienischer, französischer oder spanischer Sprache geführt. Mittels repräsentativer Stichproben wurde eine zuverlässige Datenbasis zur **Evaluierung der Fremdenverkehrssituation** in Heidelberg aufgebaut, die im Unterschied zur amtlichen Übernachtungsstatistik auch Tagesbesucher und privat untergebrachte Gäste erfasst.

Auf Anregung des europäischen Verbunds *European Cities Tourism* werden Gästebefragungen in entsprechender Form seit mehreren Jahren in verschiedenen Städten erfolgreich durchgeführt. Die Untersuchungen sind ein wichtiger Beitrag zur Beobachtung des Fremdenverkehrs in den beteiligten Städten und helfen auch übergreifende Strukturen und aktuelle Entwicklungen des europäischen Städtetourismus frühzeitig zu erkennen.

### Anreise und Art des Aufenthalts

Häufig wird der Aufenthalt in Heidelberg mit dem Besuch anderer **Reiseziele kombiniert**. Heidelberg ist gleichermaßen für Alleinreisende, Paare, Familien, Freunde und



Gruppenreisende attraktiv. Die durchschnittliche Aufenthaltsdauer der befragten Tagesgäste beträgt fünf bis sechs Stunden. Der Großteil der Übernachtungsgäste verbringt ein oder zwei Nächte in der Stadt.

Nahezu die Hälfte aller Befragten kennt Heidelberg von früheren Besuchen, die zum Teil bereits mehrere Jahrzehnte zurückliegen. Dies spricht für eine große **Beliebt-heit der Stadt** bei ihren Besuchern und ist zugleich vor dem Hintergrund zu sehen, dass ehemalige Studierende aus dem In- und Ausland gern und regelmäßig an den Ort ihres Studiums zurückkehren. Mehr als drei Viertel aller Befragten geben an, dass sie die Stadt wahrscheinlich ein weiteres Mal besuchen werden.

### Informations- und Buchungsverhalten

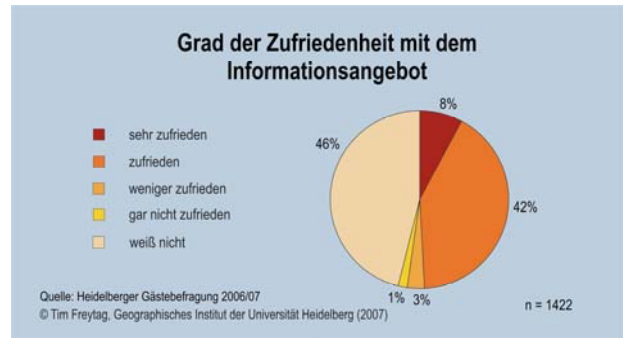
Der hohe Bekanntheitsgrad der Stadt Heidelberg und die große Zahl von Wiederholungsbesuchern führen dazu, dass die Reisenden häufig mit vergleichsweise guten Kenntnissen und konkreten **Erwartungen für die Aufenthaltsgestaltung** nach Heidelberg kommen. Häufig erfolgt der Besuch auf Empfehlung von Freunden oder Verwandten.

Bei den Informationsmedien nimmt das **Internet** (v.a. die Webseiten der Heidelberger Kongress und Tourismus GmbH, der Stadt Heidelberg und der freien online-Enzyklopädie Wikipedia) eine führende Rolle ein. Ergänzend werden Reiseführerliteratur und Prospektmaterial von den Reisenden konsultiert.

Die Mehrzahl der Übernachtungsgäste reserviert die Unterkunft bereits mehrere Wochen vor der Anreise. Dies geschieht in jeweils etwa der Hälfte der Fälle telefonisch und auf elektronischem Weg per Internet bzw. E-Mail. Dienstleistungen von Reisebüros werden nur selten in Anspruch genommen.

### Übernachtungen

Mehr als die Hälfte der befragten Übernachtungsgäste nutzt das Angebot der Heidelberger Beherbergungs-



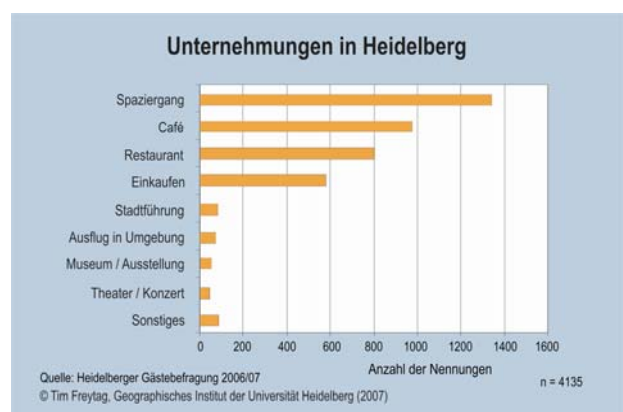
betriebe. Hotelgäste zahlen durchschnittlich etwa 70 Euro je Person und Nacht. Im unteren Preissegment kommt der Jugendherberge eine besondere Bedeutung zu. Private Übernachtungsmöglichkeiten bei Freunden oder Bekannten werden von einem Drittel der befragten Gäste in Anspruch genommen.

### Aktivitäten der Besucher

Die Attraktivität Heidelbergs liegt aus Sicht der Besucher vor allem in der historischen Bausubstanz und dem Charme der Altstadt sowie in der landschaftlich reizvollen Lage am Austritt des Neckars aus dem Odenwald. Wichtigster Anlaufpunkt bleibt das kurfürstliche Schloss mit seiner gut positionierten Aussichtsterrasse. Die meisten Besucher erkunden die Stadt **zu Fuß** und verbinden in einem Rundgang die wichtigsten Sehenswürdigkeiten der Heidelberger Altstadt. Der Öffentliche Personennahverkehr wird in ähnlichem Maße in Anspruch genommen wie private Fahrzeuge.

Die große Mehrzahl der Besucher ist noch nicht ausreichend über das Angebot der **HeidelbergCard** informiert. Jeder vierte Besucher gibt an, die HeidelbergCard zu kennen. Tatsächlich genutzt wird das Angebot von nicht mehr als 3 Prozent aller befragten Gäste.

Während der westliche Teil der Heidelberger Altstadt vor allem durch die Einkaufsmöglichkeiten der Kaufhäuser und Geschäfte des Einzelhandels geprägt ist, konzentrieren sich die touristischen Aktivitäten um die **Sehenswür-**



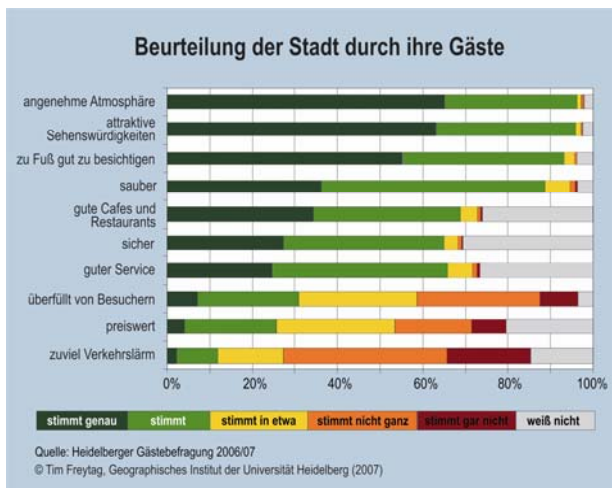


**digkeiten der Kernaltstadt.** In der gemütlichen Atmosphäre historischer Gassen und Plätze lädt ein breites gastronomisches Angebot die Besucher zum Verweilen ein. Durchschnittlich werden pro Person täglich 24 Euro für Essen und Trinken aufgewendet. Die Ausgaben für Einkäufe belaufen sich auf 18 Euro.

Im Unterschied zu den früheren Jahren der Heidelberger Gästebefragung ist zu beobachten, dass sich eine zunehmende Zahl von Besuchern für den Aufstieg zum **Philosophenweg** entscheidet und sich nicht allein mit den Aussichtspunkten der Alten Brücke und des Schlosses zufrieden gibt. Auch der Königsstuhl und der Heiligenberg zeigen einen Trend zu einer etwas intensiveren touristischen Nutzung.

### Beurteilung der Stadt

Die Mehrzahl der Gäste gewinnt im Laufe ihres Aufenthalts einen äußerst **positiven Eindruck** von Heidelberg. Die vielfältigen Sehenswürdigkeiten, die angenehme Atmosphäre sowie das Gefühl von Sicherheit und Sauberkeit in der Stadt werden besonders hervorgehoben. Etwa zwei Drittel der befragten Besucher bescheinigen der Stadt ein gutes gastronomisches Angebot. Der Service in den Betrieben von Einzelhandel und Dienstleistungsgewerbe wird qualitativ etwas besser bewertet



als in den Vorjahren. Geteilter Meinung bleiben die Gäste hinsichtlich des Preisniveaus in der Stadt. Während nur ein geringer Teil der Deutschen Heidelberg als preiswert einstuft, liegt der entsprechende Anteil ausländischer Besucher deutlich höher. Darin spiegelt sich ein für Deutschland **vergleichsweise hohes Preisniveau** der Stadt, das aber aus dem Blickwinkel vieler internationaler Gäste durchaus moderat erscheint.

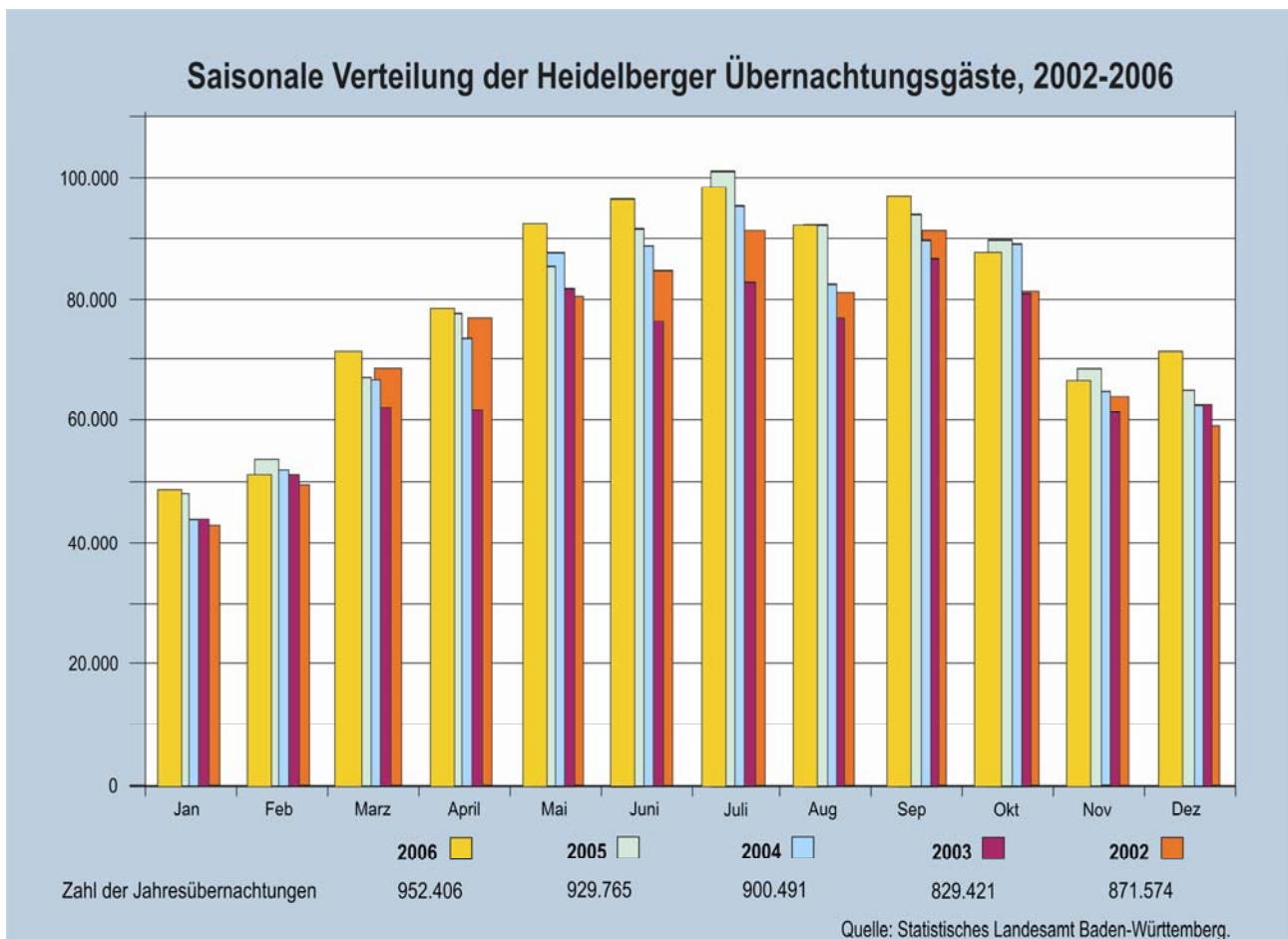
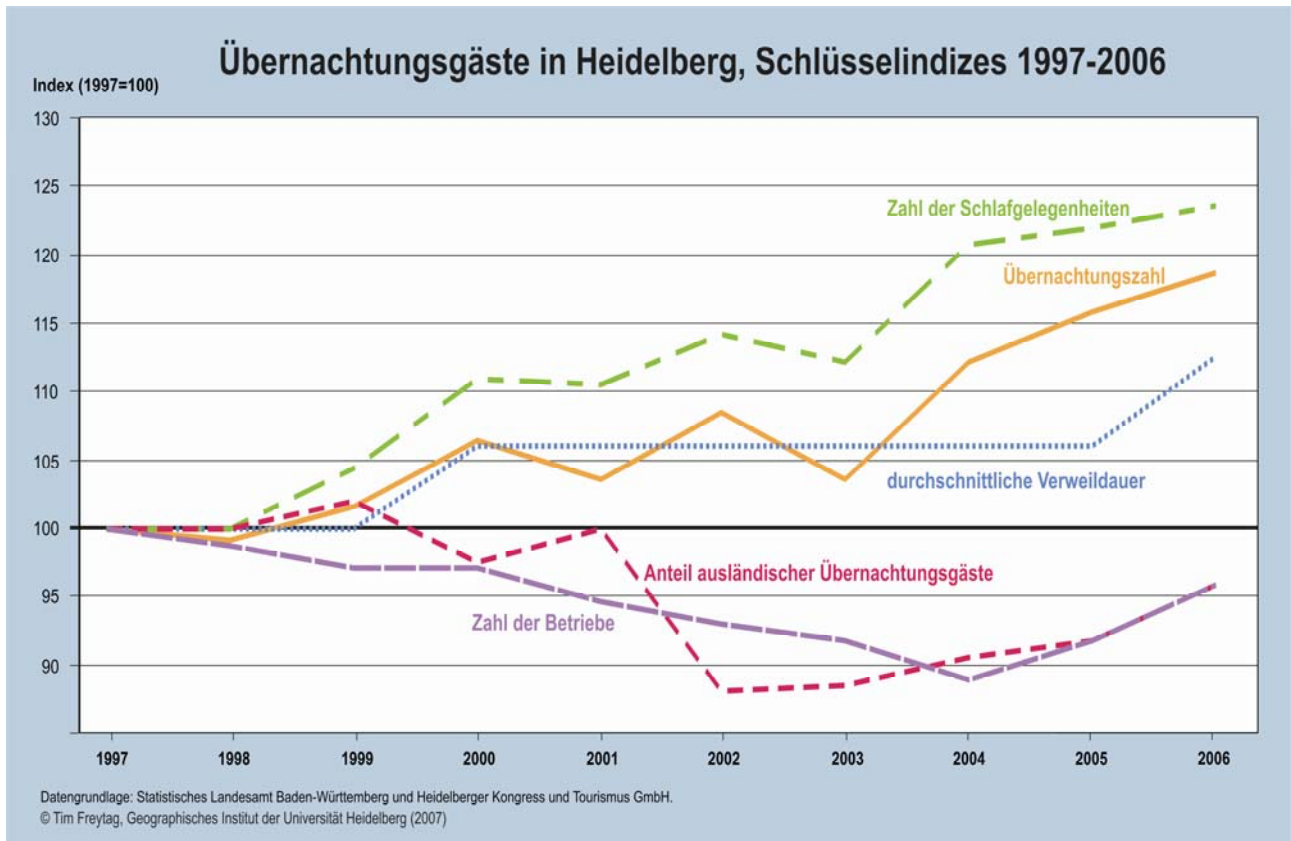
### Perspektiven

Heidelberg zählt zweifellos zu den attraktivsten Standorten des Städtetourismus in Deutschland. Das im Jahr 2006 erzielte Rekordergebnis der Übernachtungszahlen ist nur zu einem geringen Teil als eine Auswirkung der in Deutschland ausgetragenen Fussballweltmeisterschaft zu verstehen. Vielmehr handelt es sich um einen **allgemeinen Wachstumstrend**, der die Entwicklung des europäischen Städtetourismus seit etwa zehn Jahren bestimmt und der sich voraussichtlich auch in den kommenden Jahren fortsetzen wird. In Heidelberg zeigt sich, dass die Zunahme der Übernachtungszahlen vor allem den Reisenden aus Nordamerika und aus dem europäischen Ausland zu verdanken ist. Im asiatischen Raum wird das Ausbleiben eines Teils der japanischen Übernachtungsgäste durch eine zunehmende Zahl von Reisenden aus China, Indien und Südkorea kompensiert.

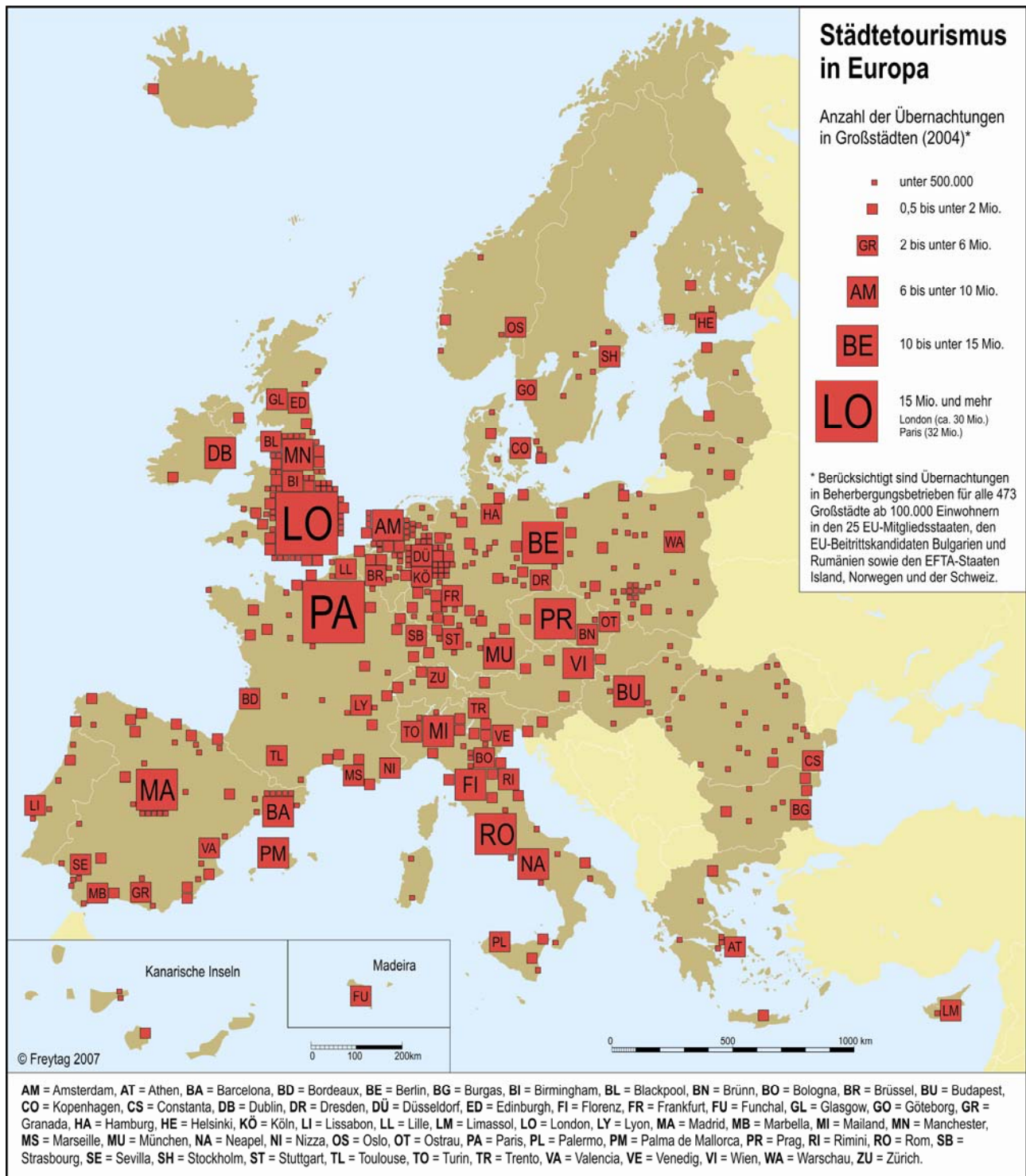
Für die künftige Entwicklung des Heidelberger Tourismusstandorts sollten ein gemäßigt Wachstum und eine weitere Diversifizierung von Reisenden aus unterschiedlichen Herkunftsländern angestrebt werden. Es erscheint sinnvoll, die Freizeit- und Erholungsmöglichkeiten im Bereich von Neckarwiese, Philosophenweg, Heiligenberg und Königstuhl sowie Ausflugsziele in der Metropolregion Rhein-Neckar stärker in die Marketingstrategien zu integrieren, damit gezielte **Anreize für Wiederholungsbesucher** noch weiter entwickelt werden. Diese Angebote lassen sich ebenso wie kulturelle Veranstaltungen und Einkaufsmöglichkeiten über die Webseiten und Printmedien der neuen Heidelberg Marketing GmbH und der Stadt Heidelberg kommunizieren. Die Heidelberger Bevölkerung kann dabei eine wichtige Mittlerfunktion einnehmen, indem sie an entsprechenden Freizeit- und Erholungsangeboten partizipiert und dies auch Freunden und Verwandten für einen Heidelbergbesuch empfiehlt. Für Erstbesucher bleiben das Kurpfälzische Schloss und die Kernaltstadt die wichtigsten Aufenthaltsorte in der Stadt.

Tim Freytag  
Geographisches Institut der Universität Heidelberg

## Entwicklungstrends für den Tourismusstandort Heidelberg



## Standorte des Städtetourismus in Europa



### Kontakt

Dr. Tim Freytag

Geographisches Institut der Universität Heidelberg – Berliner Straße 48 – 69120 Heidelberg

Tel. 06221 / 54 4581 – Email: [tim.freytag@geog.uni-heidelberg.de](mailto:tim.freytag@geog.uni-heidelberg.de)

Internet: <http://www.geog.uni-heidelberg.de/wiso/forschung/tourismus.htm>